





دانشکده علوم اقتصادی و اداری

پایان نامه:

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی

عنوان:

بررسی و رتبه بندی عوامل موثر بر انتشار اثربخش دانش بر

اساس مدل SCMU (مطالعه موردی در شرکت های

انفورماتیک همکاران سیستم و گام الکترونیک)

استاد راهنما :

دکتر رحمت ا... قلی پور

استد مشاور :

دکتر مهرداد مدهوشی

نگارش :

نسرین مصلح خرمی

تیر ماه 1389

تقدیر و تشکر

با سپاس از خداوند تبارک و تعالی که در تمامی مراحل زندگی مرا مورد لطف و توجه خود قرار داده است و با تشکر از زحمات استاد راهنمای گرانقدر جناب آقای دکتر رحمت ا.. قلی پور و استاد مشاور جناب آقای دکتر مهرداد مدهوشی که در تدوین پایان نامه مرا یاری نمودند .

در ادامه نیز از کلیه اساتید و کارکنان محترم گروه مدیریت و همچنین از آقای دکتر صادق پور و آقای مرادی که در انجام بهتر این پایان نامه مرا یاری نموده اند، تشکر می کنم.

تقدیم به وطنم ایران

تقدیم به همسرم برای صبوری ها و

همراهی هایش

تقدیم به خانواده ام به خاطر تلاش

هایشان برای بهتر زیستن من

چکیده

در دنیای امروز مدیریت دانش تاثیر عمده ای بر موفقیت یا شکست یک مدیریت تجاری دارد. با توجه به اهمیت دانش و در نتیجه مدیریت دانش در دنیای رقابتی امروز ، در این پژوهش سعی شده است بحث انتشار دانش - به عنوان یکی از ابعاد مهم مدیریت دانش - مورد مطالعه قرار گیرد. هدف پژوهش حاضر ، بررسی عوامل موثر بر انتشار دانش در سازمان های همکاران سیستم و گام الکترونیک می باشد. این تحقیق از نوع تحقیق توصیفی می باشد که براساس چارچوب مفهومی ارائه شده توسط سازمان " مرکز بین المللی برای انتشار تحقیقات توانمندسازی و ناتوانی"¹ (1996) انجام گرفته است که در آن چهار عامل منبع دانش، محتوا، رسانه ، و کاربر بر انتشار دانش اثرگذار دانسته شده است برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه ی مورد تایید خبرگان موضوع و با پایایی تایید شده 0/861 استفاده شد. جامعه ی آماری متشکل از کارشناسان و مدیران دو شرکت همکاران سیستم و گام الکترونیک می باشد داده های به دست آمده با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها نشان می دهد که از میان عوامل مورد بررسی یعنی "منبع"، "رسانه"، "محتوا"، و "کاربر"، دو عامل محتوا و منبع بر انتشار دانش در این سازمان ها اثر مستقیم دارند و دو عامل "کاربر" و "رسانه" بر انتشار دانش تاثیرگذار نیستند. کلید واژه ها : دانش ، انتشار دانش.

فهرست مطالب

شماره صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار.....
۱- فصل اول : کلیات تحقیق	
۳	۱-۱. مقدمه.....
۳	۱-۲: تشریح موضوع یا مسئله.....
۴	۱-۳ اهمیت و ضرورت انجام تحقیق.....
۴	۱-۴ اهداف پژوهش.....
۴	۱-۵ قلمرو تحقیق.....
۵	۱-۶ پرسش های تحقیق.....
۵	۱-۷ متغیرهای تحقیق.....
۵	۱-۸ تعریف واژه ها.....
۶	۱-۹ جمع بندی.....
۲- فصل دوم : ادبیات تحقیق	
۸	۲-۱ مقدمه.....
۸	۲-۲ تاریخچه ی مدیریت دانش.....
۹	۲-۳ دانش.....
۹	۲-۳-۱ دانش، اطلاعات، داده.....
۱۰	۲-۳-۲ استراتژی های دانش.....
۱۲	۲-۳-۳ دانش صریح و دانش ضمنی.....

۱۲ عناصر کلیدی تشکیل دهنده ی دانش
۱۴ ۵-۳-۲ بازار دانش
۱۵ ۶-۳-۲ باز پرداخت در بازار دانش
۱۵ ۸-۳-۲ سلسله مراتب دانش
۱۶ ۴-۲ مدیریت دانش
۱۶ ۱-۴-۲ تعریف مدیریت دانش
۱۶ ۲-۴-۲ اصول مدیریت دانش
۱۷ ۳-۴-۲ سطوح مدیریت دانش
۱۷ ۴-۴-۲ دلایل وجود مدیریت دانش
۱۸ ۵-۴-۲ سیستم های مدیریت دانش
۱۸ ۶-۴-۲ تکنولوژی و مدیریت دانش
۲۰ ۵-۲ اجزای اصلی مدیریت دانش
۲۱ ۱-۵-۲ فرآیند مدیریت دانش
۲۲ ۲-۵-۲ فن آوری اطلاعات
۲۳ ۳-۵-۲ فرهنگ
۲۵ ۶-۲ سطوح بلوغ مدیریت دانش
۲۷ ۷-۲ اجرای مدیریت دانش
۲۷ ۱-۷-۲ استراتژی های مدیریت دانش
۲۸ ۲-۷-۲ روش های مدیریت دانش
۲۸ ۳-۷-۲ عوامل عمده در موفقیت سازمان در مدیریت دانش
۳۱ ۴-۷-۲ دلایل شکست مدیریت دانش
۳۳ ۸-۲ مدل عمومی دانش در سازمان

۳۵ ۹-۲ انتقال دانش
۳۶ ۱-۹-۲ ابعاد مختلف انتشار دانش
۳۷ ۱-۹-۲-۱ منبع پیام
۳۷ ۲-۱-۹-۲ محتوا
۳۷ ۳-۱-۹-۲ رسانه
۳۸ ۴-۱-۹-۲ کاربر یا کاربر احتمالی
۳۸ ۱۰-۲ مروری بر پژوهش های گذشته و ادبیات موضوع
۵۰ ۱۱-۲ سوابق پژوهش
۵۵ ۱۲-۲ جمع بندی
۶۲ ۱۳-۲ خلاصه

۳ فصل سوم: روش تحقیق

۶۴ ۱-۳ مقدمه
۶۴ ۲-۳ نوع تحقیق
۶۵ ۳-۳ جامعه آماری
۶۵ ۴-۳ نمونه آماری
۶۶ ۳-۳ روشها و ابزار جمع آوری داده ها

۶۷	۳-۶ روایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها.....
۶۷	۳-۷ پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها.....
۶۸	۳-۸ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات.....
۶۸	۳-۹ شرح پرسشنامه.....
۷۱	۳-۱۰ جمع بندی.....

۴ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل تحقیق

۷۳	۴-۱-۱ مقدمه.....
۷۳	۴-۲-۲ آمار توصیفی.....
۷۷	۴-۳-۳ تحلیل عاملی.....
۹۱	۴-۴-۴ بررسی سوالات پژوهش.....
۹۱	۴-۴-۱ سوال ۱: آیا منبع عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟.....
۹۴	۴-۴-۲ سوال ۲: آیا محتوا عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟.....
۹۷	۴-۴-۳ سوال ۳: آیا رسانه عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟.....
۹۹	۴-۴-۴ سوال ۴: آیا کاربر عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟.....
۱۰۱	۴-۴-۵ سوال ۵: میزان و نوع تاثیر هر یک از عوامل فوق بر انتشار دانش چقدر است؟.....
۱۰۶	۴-۵ جمع بندی.....

۵ فصل پنجم: نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

۱۰۹	۵-۱-۱ مقدمه.....
۱۰۹	۵-۲-۲ مرور مسئله.....
۱۰۹	۵-۳-۳ نتایج و یافته‌ها.....
۱۱۱	۵-۴-۴ بحث.....

۵-۵- پیشنهاد های حاصل از تحقیق..... ۱۱۱

۵-۶- پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده..... ۱۱۳

۵-۷- محدودیت های پژوهش..... ۱۱۳

فهرست منابع..... ۱۱۵

پیوست و ضمائم..... ۱۲۰

پرسشنامه تحقیق..... ۱۲۱

جدول مربوط به آزمون فرضیه ها..... ۱۲۷

چکیده لاتین..... ۱۴۰

فهرست جداول و نمودارها

شماره صفحه	عنوان
۱۹	جدول ۱-۲
۴۱	جدول ۲-۲
۴۷	جدول ۳-۲
۵۲	جدول ۴-۲
۶۸	جدول ۱-۳
۷۱	جدول ۱-۴
۷۲	جدول ۲-۴
۷۲	جدول ۳-۴
۷۳	جدول ۴-۴
۷۴	جدول ۵-۴

۷۵	جدول ۴-۶
۸۴	جدول ۴-۷
۱۰۰	جدول ۴-۸
۱۰۳	جدول ۴-۹
۴۱	شکل ۲-۱
۴۲	شکل ۲-۲
۵۱	شکل ۲-۳
۷۷	شکل ۴-۱
۸۵	شکل ۴-۲
۸۷	شکل ۴-۳
۸۸	شکل ۴-۴
۹۲	شکل ۴-۵
۹۴	شکل ۴-۶
۹۷	شکل ۴-۷
۷۱	نمودار ۴-۱
۷۲	نمودار ۴-۲
۷۳	نمودار ۴-۳
۷۴	نمودار ۴-۴
۷۵	نمودار ۴-۵

پیشگفتار

مدیریت دانش تاثیر عمده ای بر موفقیت یا شکست یک مدیریت تجاری دارد. بنابراین اعمال مدیریت دانش در سازمان به یکی از داغ ترین موضوعات بحث های تحقیقاتی تبدیل شده است. از طرفی مدیریت دانش یک مولفه ی کلیدی در توانایی سازمان برای تشخیص ظرفیت کامل دارایی های فکری سازمان است تا بتوانند در تصمیم گیری های تاکتیکی و استراتژیک و دستیابی به یک مزیت رقابتی از آن بهره گیرند.

با بکارگیری مدیریت دانش ، سازمان ها منعطف تر خواهند شد و نسبت به تغییرات محیطی سریعتر پاسخ می دهند و نیز نوآورتر شده و تصمیم گیری و بهره وری را بهبود می بخشند. دانش از ذهن افراد سرچشمه می گیرد و معمولا در سازمان و در هنجارها، فعالیت ها و فرآیند ها و کارهای روزمره جاسازی شده است. علوی و لیندر در سال 2001 نیز فرآیند مدیریت دانش را در چهار بخش کلی عنوان کرده اند ، شامل : ایجاد دانش ، انبار کردن و ذخیره ، انتقال دانش و به کارگیری دانش . نکته ی کلیدی که در تبدیل اطلاعات به دانش و به عبارتی بهتر برای کابردی شدن اطلاعات وجود دارد ، مسئله ی انتشار دانش است. در تحقیق حاضر سعی شده است به مبحث انتشار دانش در دو تا از سازمان های انفورماتیک ایران پرداخته شود و عواملی که می توانند بر این فرآیند تاثیر بگذارند شناسایی شود.

فصل اول:
کلیات تحقیق

1 1 - مقدمه

در این فصل به معرفی پژوهش پرداخته می شود. در آغاز موضوع و یا مسئله ای که در دست بررسی است معرفی می شود. سپس فایده و ضرورتی که انجام این تحقیق به همراه دارد مورد بحث قرار می گیرد. هدفی که این تحقیق به دنبال دارد و پرسش هایی که در پی پاسخ دادن به آن هستیم نیز در این فصل عنوان می شود.

در نهایت برخی پژوهش هایی که در گذشته در مورد موضوع مدیریت دانش انجام گرفته شد معرفی می گردد.

1 2 - تشریح موضوع یا مسئله

مدیریت دانش یک مبحث بین رشته ای گسترده است. مدیریت دانش روشی است که فرآیند به اشتراک گذاری، انتشار، ایجاد، کسب و شناخت دانش سازمانی را تسهیل می سازد. طبق تعریف سولانسکی، جی و کستوا، تی می توان انتقال دانش را به عنوان کپی کردن تمام یا قسمتی از دانش از یک مکان به مکان دیگر تعریف نمود به گونه ای که دهنده و گیرنده هر دو در آن نقش داشته باشند.

در ادبیات مدیریت دانش واژه های انتقال، انتشار و به اشتراک گذاری دانش به یک مفهوم به کار می روند. به اشتراک گذاشتن دانش فرآیندی است که از طریق آن دانش ضمنی و صریح به به افراد دیگر منتقل می شود.

در این تحقیق سعی می شود با توجه به چارچوب مفهومی انتخابی، عوامل موثر بر انتشار و به اشتراک گذاری دانش، به عنوان یکی از ابعاد مهم مدیریت دانش، مورد بررسی قرار گیرد و شناسایی شود. این عوامل شامل چهار عنصر اصلی انتقال و انتشار یعنی منبع انتقال، محتوای پیام، رسانه، و کابر احتمالی است. منبع در واقع همان عامل، سازمان یا افراد مسئول برای ایجاد دانش و اداره کردن فعالیت های انتشار آن می باشد. محتوا یا پیام به معنای خود دانش جدید به همراه هر اطلاعات حمایتی است. رسانه ی انتشار، راه هایی که دانش از طریق آن ها توصیف، بسته بندی و منتقل می شود. کاربر یا کاربر احتمالی نیز کسانی را شامل می شود که دانش و اطلاعات را دریافت می کنند. عوامل مهم مربوط به هر یک از این عناصر نیز در چارچوب مفهومی ارائه شده است.

3 1 - اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

اقتصاد دانش با اقتصاد ساخت و توزیع متفاوت است. هنگامی که افراد بیشتری از دانش استفاده می کنند اثر شبکه ای ظاهر می شود. کاربران هم از خود دانش و هم از ارزش افزایش یافته آن استفاده می کنند. همان طور که دانش رشد می کند کاربران هم اضافه می شوند و کارشان را با آن وفق می دهند و پایه دانش را غنا می بخشند؛ بدین وسیله بر ارزش دانش اضافه می شود.

مدیریت دانش و مسئله ی به اشتراک گذاری و انتقال دانش ، به عنوان یکی از ابعاد مهم مدیریت دانش ، در سازمان های امروزی در سراسر دنیا مورد توجه قرار گرفته است ، ولی در سازمان های ایرانی توجه چندانی به موضوع مدیریت دانش و در نتیجه به اشتراک گذاری دانش نمی شود. با توجه به این کم توجهی ، این تحقیق در پی یافتن چگونگی تاثیر گذاری این عوامل و روان کردن انتشار و در نهایت روان کردن مبحث مدیریت دانش در سازمان های بزرگ انفورماتیک تهران می باشد.

4 1 - اهداف پژوهش

هدف پژوهش حاضر پاسخ به پرسش های مطرح شده می باشد. هدف از این تحقیق را به دو صورت کلی و هدف خاص و کاربردی زیر می توان عنوان کرد:

هدف کلی: روان سازی فرآیند انتقال دانش در سازمان های انفورماتیک همکاران سیستم و گام الکترونیک

هدف خاص و کاربردی:

- بررسی عوامل موثر بر انتقال دانش در چهار بخش منبع ، کاربر، رسانه ، پیام.

- کمک به یافتن راه حل هایی برای از بین بردن موانع و بهبود شرایط سازمانی برای انتقال دانش در

این سازمان ها و امکان انتقال روان دانش در این سازمان ها.

5 1 - قلمرو تحقیق

دامنه مکانی اجرای پژوهش:

جمع آوری داده ها از نوع میدانی است و محیط جغرافیایی اجرای پژوهش شامل سازمان های انفورماتیک همکاران سیستم و گام الکترونیک می باشد.

سازمان های انتخاب شده برای این تحقیق ، شامل دو سازمان از سازمان های انفورماتیک تهران می باشد که دارای رتبه ی اول در زمینه ی ارائه ی نرم افزارهای سفارش مشتری می باشند که بین 20 تا 29 سال سابقه ی کاری دارند.

دامنه زمانی پژوهش:

دامنه زمانی این پژوهش ، نیمه ی دوم سال 1388 می باشد .

6 1- پرسش های تحقیق

در این پژوهش سعی می شود به پرسش های زیر پاسخ داده شود:

آیا "منبع" عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟

آیا "محتوا" عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟

آیا "رسانه" عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟

آیا "کاربر" عامل موثری بر انتشار دانش در سطح سازمان است؟

میزان و نوع تاثیر هر یک از عوامل فوق بر انتشار دانش در سطح سازمان ، چقدر است؟

7 1- متغیر های تحقیق

در این تحقیق ، متغیر انتقال دانش به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است و اثر متغیرهای مستقل_ که شامل منابع انتقال دانش، محتوای دانش ، رسانه ی بکار رفته در انتقال دانش ، و کاربر می باشد - بر متغیر وابسته ی انتقال دانش در سازمان ، مورد بررسی و مطالعه قرار می گیرد.

8 1- تعریف واژه ها

دانش : دانش عبارت است از مجموعه تجربیات ، تکنیک های کاری و نیز الگوهای رفتاری که افراد در مواجهه با واقعیتها از خود بروز می دهند و به دو گونه ی کلی تقسیم می شود: دانش ضمنی ، که در

ذهن افراد وجود دارد و قابل کدگذاری نیست و دانش آشکار که فابلیت کدگذاری، ذخیره سازی و سازماندهی دارد. (ویلایا، 2006)

انتشار دانش: . اشاره به فعالیت هایی دارد که در ارتباط با جریان دانش از یک بخش یا یک نفر به بخش یا نفر دیگری را شامل می شود. (نیومن، کونارد، 1999: 5-7)

منظور از انتشار موثر دانش، افزایش توانایی سازمان در انجام کارها و در نهایت بالا بردن ارزش آن است. فقط ایجاد تغییر در رفتار می تواند گویای انتشار موثر دانش باشد. (دانیپورت، پروساک، 1379: 156)

1 9 - جمع بندی

در این فصل ابتدا مسئله ی تحقیق بیان شد و پس از آن اهمیت و ضرورت انجام تحقیق ذکر شد. به دنبال آن، اهداف انجام این تحقیق، قلمرو زمانی و مکانی تحقیق، و سپس سوالات تحقیق عنوان شد. در بخش بعدی، چارچوب مفهومی تحقیق توضیح داده شد و متغیرهای مستقل و وابسته معرفی شد.

فصل دوم:
ادبيات تحقيق

1-2 مقدمه

داون پورت و پروساک می گویند "در یک اقتصاد جهانی ، دانش می تواند بزرگترین مزیت یک شرکت باشد" . در بسیاری از موارد تنها مزیت موجود در شرکت، دانش آن شرکت در انجام کارهایش است. به نظر برخی متخصصان در صورت عدم توجه به مدیریت دانش، شرکت توسط رقیبانی که پیوسته به دنبال دانش هستند از دور رقابت خارج خواهد شد. به صورت ساده، هنگامی که فردی سازمان را به هر دلیلی ترک می کند تمام دانش موجود در سر خود را نیز با خود می برد. در این موارد سازمان علاوه بر یک کارمند، سرمایه دانش خود را نیز از دست می دهد. برای مقابله با این مسائل در سال 1990 نظام جامع کسب و کار بر مبنای مدیریت دانش مطرح شد.

مدیریت دانش روشی است که فرآیند به اشتراک گذاری، انتشار، ایجاد، کسب و شناخت دانش سازمانی را تسهیل میسازد. (پائول گری، 2006)

در این فصل تلاش خواهد شد با مرور ادبیات نظری مربوط به مدیریت دانش، تصویر علمی و روشنی از دانش و مدیریت آن در سازمان ارائه نموده، تا با استفاده از ادبیات موجود، پشتوانه علمی لازم برای انجام پژوهش را بوجود آورد. در این راستا در ادامه به مباحث دانش، مدیریت دانش، سیستم های مدیریت دانش، عوامل موثر در موفقیت و شکست مدیریت دانش، دوره های مختلف بلوغ مدیریت دانش، استراتژی های مختلف مدیریت دانش پرداخته می شود.

2-2 تاریخچه ی مدیریت دانش

مدیریت دانش مطلب جدیدی نیست. می توان گفت از صدها سال پیش که صاحبان شرکت های خانوادگی، تجار، کشاورزان، پیشه وران و سایر حرف، مهارت های مورد نیاز را به فرزندان و شاگردان خود انتقال می دادند، مدیریت دانش نیز وجود داشته است. (هنسن، 1999:110)

در سال 1979 حسابدار سوئدی به نام کارل اریک سیویبی که بعدها به عنوان یکی از بنیانگذاران علم مدیریت دانش معرفی شد، با پرسشی بزرگ روبرو شد. دفاتر حسابداری (ارزش دفتری) یکی از شعبه های معروف سازمانی که او در آن جا کار می کرد، تنها یک کرون ارزش نشان می داد، در حالی که ارزش واقعی سازمان، به مراتب بیش از این ها بود. در این هنگام او متوجه شد که ترازنامه ی مالی شرکت او، تنها ارزش دارایی های فیزیکی آن را، شامل

چند میز و ماشین تحریر، نشان می دهد. در حالیکه ارزش واقعی سازمان به شایستگی کارکنان و چیزی که جمع کارمندان آن به عنوان یک فکر و مغز جمعی تشکیل می دهند، وابسته است. (افرازه، 1386:3)

سیویی و دیگران، این یافته را با نام "دارایی فکری" و "دارایی ناملموس" معرفی کرده و آن را در کنار دارایی های ملموس قرار داد. به این ترتیب تعداد نوشته ها، سمینارها و فعالیت های علمی در این زمینه رشد کرد و موضوع به طور جدی در دستور کار دانشمندان علم مدیریت و مدیران سازمان های بزرگ قرار گرفت. (همان منبع: 4)

2-3 دانش

دانش به ایده ها و اندیشه هایی اشاره دارد که منجر به عمل می شود. دانش از داده (حقایق منحصر به فرد مثل جزئیات یک معامله) و اطلاعات (داده ای که به شکل محتوا درآمده است) قابل تفکیک است.

دانش می تواند صریح (دانشی که می توان به صورت یک گزارش یا دستورالعمل نوشت) یا ضمنی (دانشی که در سر افراد وجود دارد و شرح و نوشتن آن سخت است) باشد.

2-3-1 دانش، اطلاعات، داده

داده

داده به موارد منحصر به فردی اشاره دارد که در یک پایگاه داده نگهداری می شود و عمدتاً به صورت عددی است. داده ها تنها بخشی از واقعیت ها را نشان داده و از هر نوع قضاوت، تفسیر و مبنای قابل اتکا برای اقدام مناسب تهی هستند. داده ها را می توان مواد خام مورد نیاز برای تصمیم گیری به شمار آورد، چرا که نمی توانند عمل را تجویز کنند. داده ها مواد اولیه ی مورد نیاز برای خلق اطلاعات به شمار می روند. (دانپورت و پروساک، 1379:25)

اطلاعات

به قول پیتر دراگر "اطلاعات، داده های بهر مند شده از رابطه و هدف هستند". اطلاعات به طرق گوناگونی به داده ارزش می دهند. برای مثال از طریق اضافه کردن بینش، پالایش یا بهبود درک. (پائول گری، 2006)